

Trafik ve Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyası

Kıbrıs'ın Kuzey Kesimi

EuropeAid/124745/D/SER/CY

Hizmet Sözleşmesi No: 2009/223-651

İletişim Stratejisi -Ver.00

22.10.10



Bu program Avrupa Birliği
tarafından desteklenmektedir.



Piri Group konsorsiyumu
tarafından gerçekleştirilmektedir

Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyaları Projesi İletişim Stratejisi - İçerik

Kısaltmalar	3
Şekiller Listesi	4
1. Giriş.....	5
2. Proje Özeti.....	5
3. İletişim Stratejisi Ön Analizi	6
4. Soruna İlişkin Başlıca Çıkarımlar	8
Sürücülük Eğitimi Yetersiz	8
Eğitmcilerin Eğitimi Öncelikli Sorun:.....	9
Genç Sürücüler En Yüksek Risk Grubu	9
Ticari Taşıt Sürücüleri Diğer Riskli Grup	11
Paydaşlara Göre “Yol Güvensizliği = Saygı Eksikliği”	11
Farkındalık ve Eğitim Eksikliği	11
SWOT:	12
5. Stratejik Yaklaşım.....	12
Temel Stratejik Kaygı:	12
Hedef Grup Tanımlaması:	13
Değişim Stratejisi.....	13
6. Paydaşlar Listesi	13
Ana Gruplar	13
Resmi Kurumlar:.....	13
Medya:	14
Sivil Toplum Örgütleri	14
Gönüllüler	14
7. Kampanya Hedefleri	15
8. Eğitim Hedefleri	16
9. Ana Kampanya Çerçevesi - Başlangıç Ve Araçlar	16
Yol Güvenliği ve Davranış Değişikliği Kampanyası konusunda Genel Hususlar:	16
Ana Kampanya Analizi	16
Ana Kampanya.....	17
Kampanya Araçları ve Medya.....	17
10. Ana Faaliyet Yönleri:	18
Genç Öğrenciler Eğitim Kampanyası:.....	18
Genç Sürücüler Eğitim Kampanyası:	19
Sürücü Kursu Eğitimlerine Ulaşmak:	19

Profesyonel Sürücülere Ulaşmak:.....	20
11. Diğer Stratejik Ve Taktik Meseleler	21
İletişim Özellikleri.....	21
Gönüllülerin Katılımı	21
Kitlesel Medyayla İlişkiler	21
Paydaşlarla İlişkiler.....	22
12. Medya İletişimi (Ana Medya Araçları Ve Alanları)	22
Medya Atmosferi:	22
Medya Aksiyonları	23
Sosyal Medya İlişkileri Araçları Yaratma ve Besleme:	23
Sosyal Medya Kanalları Uygulamaları	23
Organizasyon Yönetimi	24
13. Bütçesel Yaklaşım	25
EK – 1: İletişim Stratejisi Sunumu.....	26

Kısaltmalar

AK	Avrupa Komisyonu
AB	Avrupa Birliği
Bkz.	Bakınız
DAÜ	Doğu Akdeniz Üniversitesi
KTÖS	Kıbrıs'ın kuzey kesimi Türk Öğretmenler Sendikası
KTOEÖS	Kıbrıs'ın kuzey kesimi Türk Orta Eğitim Öğretmenler Sendikası
SC	Yönlendirme Komitesi
STK	Sivil Toplum Kuruluşu
TAT	Teknik Destek Ekibi
TKÖD	Trafik Kazalarını Önleme Derneği
TSIP	Trafik Güvenliği Geliştirme Programı

Şekiller Listesi

Şekil 1 Nüfusun Yerleşim yerlerine göre dağılımı.....	6
Şekil 2 Trafik Kazalarında meydana gelen can kaybı AB ve Kıbrıs'ın kuzey kesimi arasında karşılaştırma 2004-2009	7
Şekil 3 Kıbrıs'ın kuzey kesiminde ilk kez araba kullanma yaşı	9
Şekil 4 Sahada yapılan bilgi ihtiyaç analizi sonuçlarına göre “araç sürmeyi nasıl öğrendiniz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı.....	9
Şekil 5 Kaza Veri sistemi kayıtlarına göre trafik kazalarına karışan sürücülerin yaş dağılımı	10
Şekil 6 Bilgi ihtiyaç analizi çalışmasına göre trafikte en riskli görülen grupların dağılımı.	10
Şekil 7 Bilgi ihtiyaç analizi çalışması sonuçlarına göre bazı trafik işaretlerinin ne olduğuna veirilen cevapların doğru ve yanlış olarak dağılımı.....	11
Şekil 8 Bilgi İhtiyaç analizi kapsamında trafik ve yol güvenliği kampanyasına destek olmak ister misiniz sorusuna verilen yanıtların dağılımı	15

1. Giriş

Bu iletişim stratejisi “Trafik ve Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyası” projesi kapsamında paydaşlarla işbirliği içinde hazırlanmıştır.

Dokümanın ilerleyen bölümlerinde proje hakkında kısa bir bilgilendirmeden sonra iletişim stratejisinin oluşturulması esnasında yapılan çalışmaların sonucunda derlenen bir ön analiz ve soruna ilişkin başlıca çıkarımlar özetlenmiştir. Bu çıkarımlar paydaşlarla yapılan başlangıç toplantısında düzenlenen çalıştay sonuçları, birebir paydaş görüşmeleri, masa başı araştırmaları, geçmiş gazetelerdeki trafik kazaları ile ilgili haberler üzerinde yapılan incelemeler, Kıbrıs’ın kuzey kesimine ilişkin kaza veri tabanı, sahada çeşitli hedef gruplardan katılımcılarla yapılan 300 kişilik bilgi ihtiyaç analizi çalışması sonuçlarına dayandırılarak yapılmıştır. İletişim stratejisinin devamında hedef grup analizi, stratejik kaygılar ve değişim stratejisini içeren temel stratejik yaklaşım ve paydaşların dökümü sunulmuştur.

Ana kampanya çerçevesinin belirlenmesi ile devam eden iletişim stratejisinde genç öğrenciler, genç sürücüler, sürücü okulu eğitmenleri ve profesyonel sürücüler özel olarak üzerinde durulması gereken gruplar olduğundan bu gruplara yönelik yaklaşımın temel hatları çizilmiştir. Medya ortamının analizini takiben kampanya taslak bütçesi ile iletişim stratejisi sonlandırılmıştır.

2. Proje Özeti

“Trafik ve Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyası” projesi AB tarafından finansmanı sağlanan Trafik Güvenliği Geliştirme Programı’nın (TSIP) bir bölümü olarak başlatılmıştır. Trafik Güvenliğini Geliştirme Programı, Kıbrıs’ın kuzey kesiminde trafik güvenliği şartlarının iyileştirilmesi için teklif edilen önlemlerin uygulamasını sağlayacak bir mekanizma olarak tasarlanmıştır. Bu programın bir bölümü olan “Trafik ve Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyası” projesinin genel amacı kazalara neden olan faktörlerin anlaşılmasını sağlayarak ve bu konudaki farkındalığı arttırarak trafik ve yol güvenliği çalışmalarına katkıda bulunmaktır.

Projenin uygulaması Aralık 2009’da başlamıştır. Projenin özel amaçları aşağıdaki gibidir:

- Trafik kazalarının nedenleri hakkında bilgi yayımı
- Trafik kazalarını azaltmak için uygulanan kuralların anlaşılmasını sağlamak
- Trafik güvenliği ile ilgili belirli hedefleri olan etkin kampanyalar düzenlenmesi konusunda kapasite geliştirilmesidir.

Projenin beklenen sonuçları:

- Ölçülebilir hedefler ile oluşturulmuş, yol güvenliğinin öncelikli konularının belirlendiği, etkin iletişim için çeşitli araç ve türlerin kullanıldığı (internet sayfası, haber grubu e-postaları, yazılı/görsel medya, raporlar, paydaş toplantıları, e-posta listeleri v.b.) mevcut iletişim kanalları aracılığı ile erişilebilecek hedef grupların yer aldığı bir **İletişim Stratejisi**nin hazırlanmasıdır ki bu doküman bu beklentiye uygun olarak oluşturulmuştur.

- ✚ Trafik Güvenliği Komitesi - Eğitim ve Kampanyalar Alt Komitesi tarafından Danışman firmanın desteği ile bir dizi yol güvenliği bilgi yayım etkinliklerini içeren **Farkındalık Yaratma Kampanyası** yürütülmesi.
Farkındalık kampanyası; iletişim stratejisinde geçen farklı hedef gruplarına yönelik olacaktır. Kampanya; televizyon, radyo ve basılı dokümanların kullanılacağı ve özel etkinliklerin düzenleneceği geniş kapsamlı bir program hazırlığı ve uygulamasını içermektedir.
- ✚ Trafik ve yol güvenliği eğitimi ve farkındalık yaratma faaliyetlerine katılan bütün paydaşların yeterli bir kapasiteye sahip olmasını garanti altına alabilecek düzeyde ve eğitim ihtiyaç analizi sonucu belirlenmiş konularda hazırlanmış bir **Eğitim Programı** uygulanması.

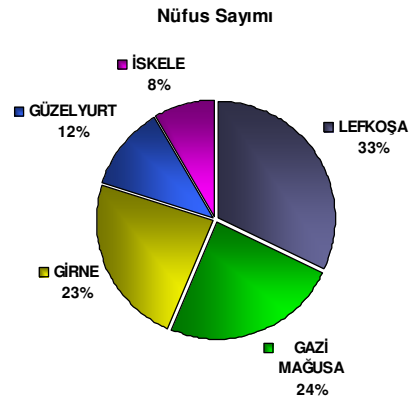
Proje ekibi, Trafik Güvenliği Komitesi ve onun bir birimi olan Eğitim ve Kampanyalar Alt Komitesi ile uygulamada işbirliği içinde çalışmaktadır. Şimdiye kadar yapılan çalışmalar ile paydaş haritası çıkarılmış, içinde bir de çalıştayın bulunduğu bir başlangıç toplantısı ile çok sayıda birebir paydaş görüşmeleri gerçekleştirilmiştir. Sonrasında eğitim ihtiyaç analizi hazırlanmış ve onaya sunulmuş, Kıbrıs'ın kuzey kesiminde konu ile ilgili faaliyet gösteren ve öncelikli paydaşlar arasından seçilen kamu kuruluşları ve üniversitelerin katılımıyla bir kapasite geliştirme çalıştayını gerçekleştirilmiştir.

Projenin önemli bir mihenk taşı olan bu iletişim stratejisi; yapılan toplantıların sonuçları, geçmişte yapılan çalışmaların değerlendirilmesi, kaza veritabanı istatistikleri, Kıbrıs'ın kuzey kesimindeki 5 yerleşim bölgesinde hedef gruplardan seçilmiş 300 kişi üzerinde doğrudan uygulanan bilgi ihtiyaç analizi ve arşiv araştırmalarına dayanılarak hazırlanmıştır. İletişim stratejisi üzerinde bayındırlık ve ulaştırmadan sorumlu kurum ve Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komitesi, Eğitim, Araştırma ve Farkındalık Yaratma Alt-Komiteisi ile ekteki sunum üzerinden fikir birliği sağlanmıştır.

3. İletişim Stratejisi Ön Analizi

Kampanya Stratejisini Yönlendiren ve yapılan araştırma ve toplantılarda ortaya çıkan veri, öngörü ve analizlere göre Kıbrıs'ın kuzey kesiminde mevcut yol güvenliği durumunu şu başlıklarla özetlemek mümkündür:

Yüksek Taşıt/Nüfus Oranı: Kıbrıs'ın kuzey kesiminde, son sayıma (2006 yılı genel nüfus sayımı) göre de-facto nüfus 265 bin'dir¹. Bu nüfusun yerleşim yerlerine dağılımı yanda Şekil 1'de verilmiştir. Aynı kaynaktan alınan verilere göre 18 yaş üzeri de-jure nüfus sayısı (yaşa göre dağılımda de-facto nüfus verilmemiştir.) 130.000 civarındadır. Bu rakamlarla Polis Genel Müdürlüğü'nden alınan kayıtlı araç sayıları karşılaştırıldığında hemen her yetişkinin bir araç sahibi

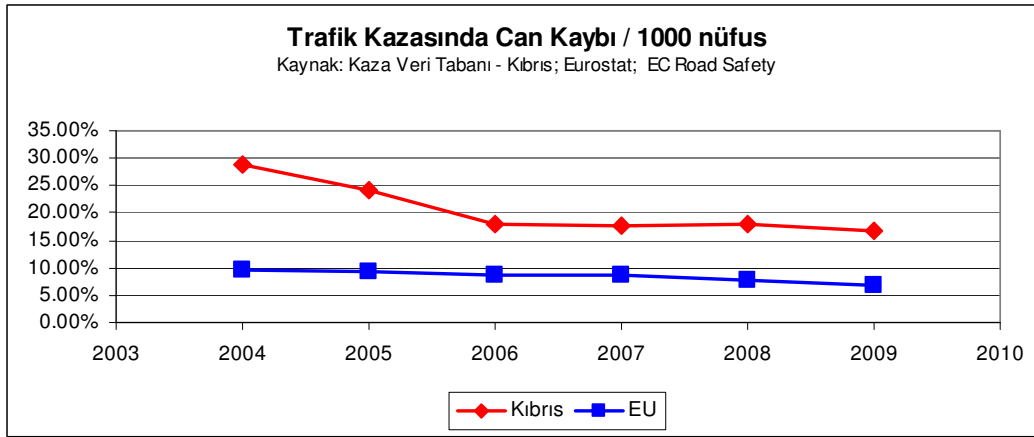


Şekil 1 Nüfusun yerleşim yerlerine göre dağılımı

¹ Referans: <http://nufussayimi.devplan.org/Nufus-nitelikleri-index.html>

olduğu söylenebilir. Kıbrıs'ın kuzey kesiminde toplu taşımacılık sisteminin olmaması da bu sonucta etkili olmuştur.

Yüksek Kaza Oranı: 2004-2009 verileri incelendiğinde Kıbrıs'ın kuzey kesiminde 1000 kişiye denk gelen kaza sayısının 2004'den bu yana düşüş göstermekle birlikte 2009 verilerine göre AB'nin iki katı olduğu görülmüştür. Polis Genel Müdürlüğü'nde istatistik veriler düzenli olarak tutulmakla birlikte, özellikle taşıt ve sürücü sayısına ilişkin veri kapsamının geliştirilmesi gerektiği çeşitli görüşmelerde ifade edilmektedir ki AK finansmanı ile yürüyen Trafik Güvenliği Programı kapsamında zaten bu amaca yönelik bir teknik yardım projesi yürütülmektedir.



Şekil 2 Trafik Kazalarında meydana gelen can kaybı AB ve Kıbrıs'ın kuzey kesimi arasında karşılaştırma 2004-2009²

Yol Güvensizliğini Oluşturan Unsurlar: Bazı istatistiki verilerin eksikliğine karşın, kamu otoritesi ve paydaşlar arasında yaptığımız araştırma sonuçlarına göre **yol güvenliğini olumsuz biçimde etkileyen çok sayıda olgu ve etken arasında öne çıkanlar** şunlardır:

- Ehliyet eğitiminin yetersizliği
- Etkin denetimin azlığı
- Yol altyapısının bozukluğu
- Sinyalizasyon ve tabelaların eksikliği
- Kamusal toplu taşımanın olmaması
- Etkin ilkyardımın yetersizliği.

Başlıca Sürücü Hataları: Yine görüşme ve araştırmalarımıza göre, **kazalar ile kaza sonucu ölümlerde rol oynayan sürücü ve yaya hataları** şöyle sıralanmaktadır:

- Aşırı hız
- Alkollü taşıt kullanımı
- Geçiş önceliklerine uymamak
- Dikkatsizlik
- Emniyet kemeri kullanmamak.

² Referans: Kıbrıs'ın kuzey kesimi kaza veri tabanı, EUROSTAT, EC Road Safety web sayfası

- Psikolojik faktörler (Yakalanma riski algılanmasının düşük olması, kurallara uymama konusundaki başkalarına bakarak davranma eğilimi v.b.)

Çözümeye Yardımcı Toplumsal Özellikler: Kıbrıs'ın kuzey kesiminde sorunları için örgütlenebilen duyarlı bir toplum vardır. İletişim kampanyasıyla ilişkili belirgin toplumsal özellikler şöyledir:

- Sivil toplum örgütlenmesinin yaygınlığı ile medya organlarının sayısal çokluğu dikkat çekici düzeyde.
- Toplumsal sorunlara duyarlılık ve bu sorunlar çevresinde örgütlenme alışkanlığı yüksek.
- Kampanyamıza gönüllülük temelinde katkı yapacaklarını belirten çok sayıda kişi ve organizasyonun varlığı da bununla bağlantılı bir sonuç. (TKÖD, Adalı Gençlik, Sosyal Riskleri Önleme Vakfı, DAÜ v.d.)

Küçük, karşılıklı etkileşim düzeyi yüksek ve eğitilmiş bir toplum: Görüşmelerimizde ortaya çıkan bir diğer önemli konu nüfusun azlığına bağlı olarak Kıbrıs'ın kuzey kesiminde hemen herkes birbirini tanımakta olduğudur. Eğitilmiş ve başkalarının yargılarına değer veren bir toplumsal yapıdan söz edilebilir.

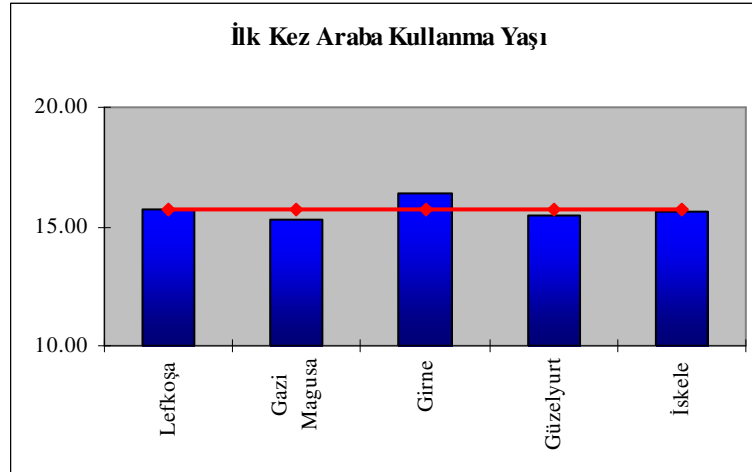
İnternet ve sosyal medya kullanımı yaygın: Her ne kadar kurumsal iletişimde web sayfası kullanımı düşük olsa da Kıbrıs'ın kuzey kesiminde özellikle gençler arasında internet kullanımının ve sosyal medya mecralarında aktivasyon oranının yüksek olduğu hem yapılan görüşmelerde hem de saha araştırmalarında belirlenmiştir.

4. Soruna İlişkin Başlıca Çıkarımlar

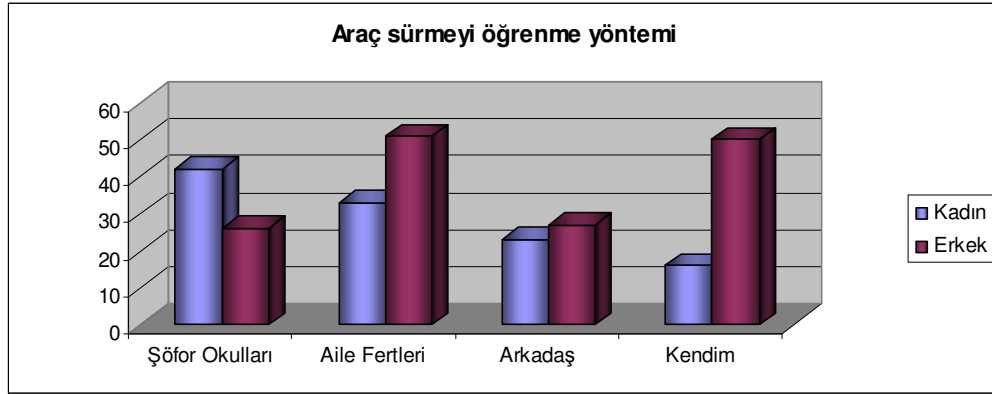
Kıbrıs'ın Kuzey kesiminde trafik ve yol güvenliğinin sağlanmasında yaşanan sorunlarla ilgili olarak yapılan paydaş görüşmeleri ve çalıştaylar aşağıdaki hususları ön plana çıkarmıştır:

Sürücülük Eğitimi Yetersiz

- a. Kıbrıs'ın kuzey kesimindeki sürücü eğitiminin yetersizliği en ciddi sorunlardan biri olarak gözükmemektedir. .
- b. Sürücü adayları bu yetersizliği bilinen / kabul edilen bir eğitim ve sınavın ardından kolayca ehliyet alabilmektedir.
- c. Bunun yanı sıra yapılan saha araştırmasına göre ortalama araç kullanma yaşı özellikle erkek nüfus arasında düşüktür – 15.6 (Bkz. Şekil 3). Yapılan saha araştırmasında yine özellikle erkekler arasında araç sürmeyi sürücü okulu dışında bir yöntemle öğrenenlerin oranı da yüksektir. (Bkz. Şekil 4)



Şekil 3 Kıbrıs'ın kuzey kesiminde ilk kez araba kullanma yaşı



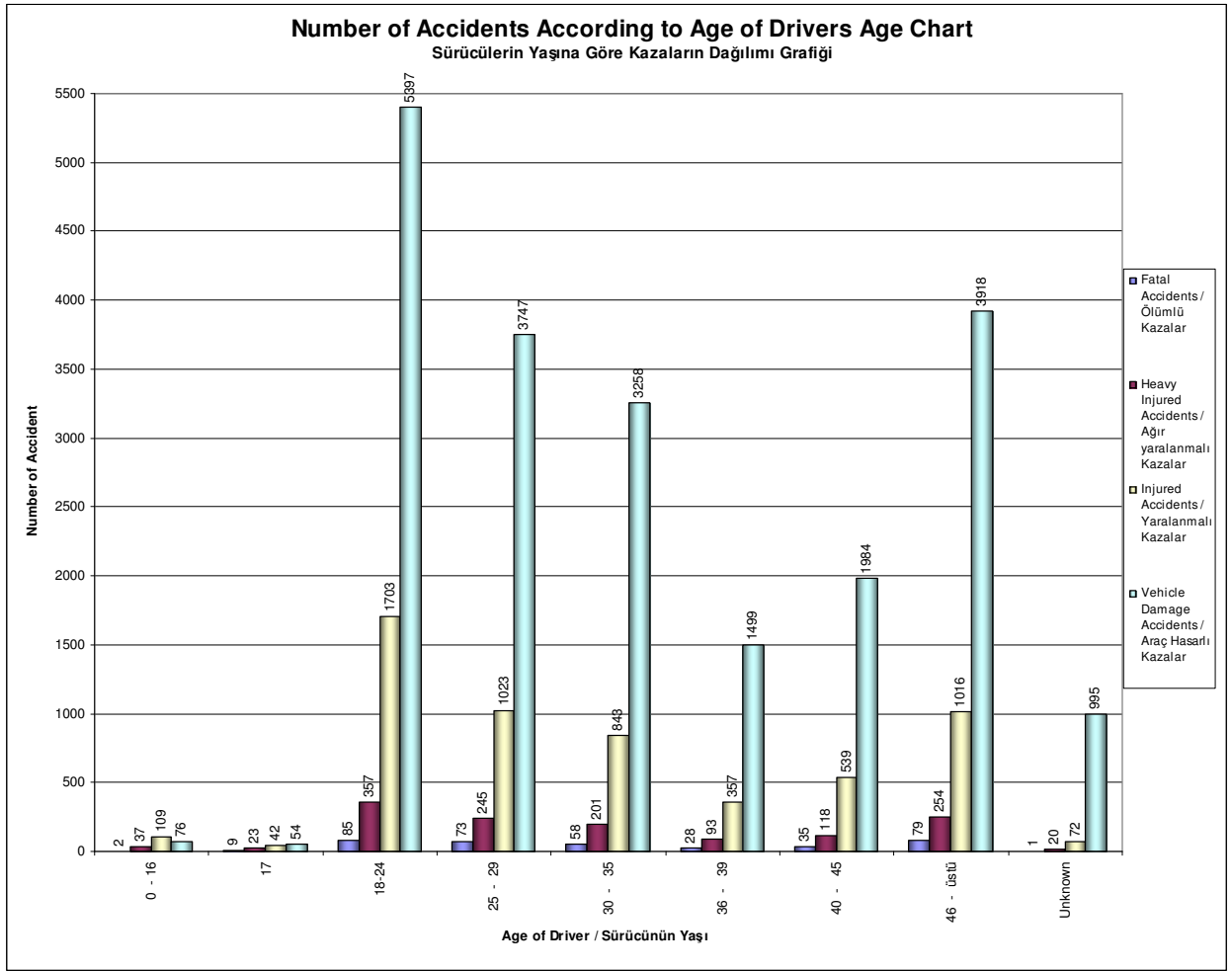
Şekil 4 Sahada yapılan bilgi ihtiyaç analizi sonuçlarına göre “araç sürmeyi nasıl öğrendiniz?” sorusuna verilen cevapların dağılımı

Eğitimcilerin Eğitimi Öncelikli Sorun:

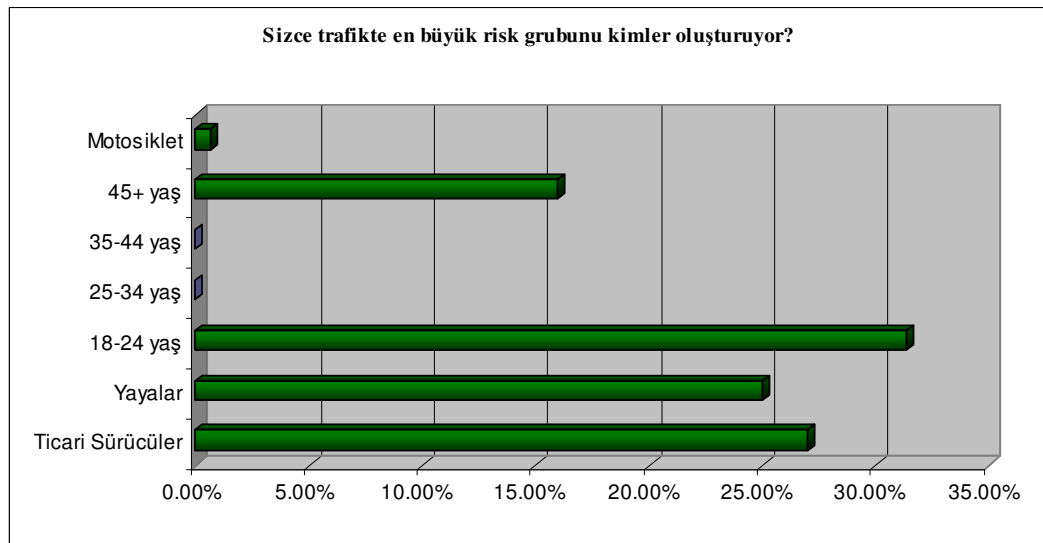
- Sürücü kurslarının eğitimcilerinin önemli bir bölümü bu konuda eğitmen olmak üzere bir eğitim almış değil ve sürücü adaylarına yeterli bilgi sunamamaktadır.
- İletişim ve eğitim çalışmalarında öncelikli hedef gruplar içinde yer almaları paydaşlarla yapılan görüşmeler ve çalıştayda konuya sağlıklı bir çözüm getirmek üzere belirlenen konular arasında önde gelenler arasında olmuştur.

Genç Sürücüler En Yüksek Risk Grubu

- Kazalarda özellikle genç sürücüler paydaş görüşmeleri ve çalıştayda en yüksek risk grubu olarak ön plana çıkmıştır. (Polis Genel Müdürlüğü'nün verdiği bilgi ve medya taramalarına göre.) Aşağıda Şekil 5'te trafik kazalarına karışan sürücülerin yaş dağılımları kaza veri tabanı kayıtlarına göre verilmiştir. Öte yandan yapılan bilgi ihtiyaç analizi sonuçlarına göre de genç sürücüler (18-24 yaş grubu) en riskli sürücü grupları arasında çıkmıştır (bkz. Şekil 6).

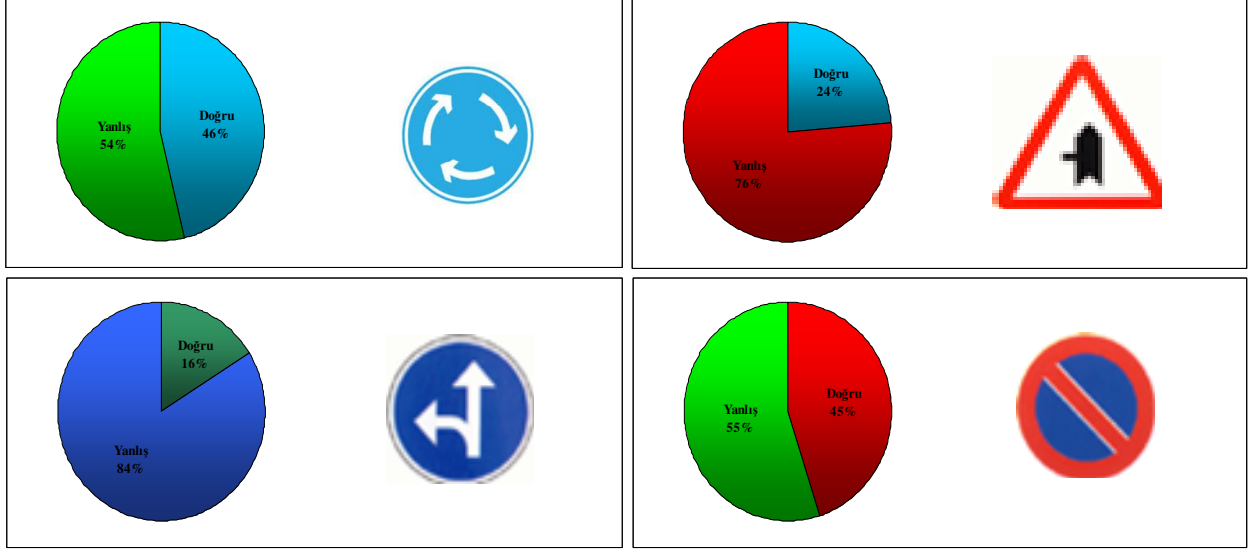


Şekil 5 Kaza Veri sistemi kayıtlarına göre trafik kazalarına karışan sürücülerin yaş dağılımı



Şekil 6 Bilgi ihtiyaç analizi çalışmasına göre trafikte en riskli görülen grupların dağılımı.

b. Yapılan görüşmeler kazalarda sürücü adaylarına yönelik eğitimin yetersizliğinin büyük payı olduğu vurgulanmıştır. Bir örnek teşkil etmek üzere yine bilgi ihtiyaç analizi sonuçlarına göre trafik işaretlerini doğru bilme oranları aşağıda Şekil 7’de verilmiştir.



Şekil 7 Bilgi ihtiyaç analizi çalışması sonuçlarına göre bazı trafik işaretlerinin ne olduğuna veirlen cevapların doğru ve yanlış olarak dağılımı

Ticari Taşıt Sürücüleri Diğer Riskli Grup

Profesyonel sürücüler meslekleri icabı trafikte en çok yer alan gruptur. Paydaşların büyük bölümü, ilgili meslek örgütleri de dahil olmak üzere ticari taşıt sürücülerinin eğitime gereksinimi olduğunu ifade etmiştir.

Bilgi ihtiyaç analizi kapsamında yapılan saha araştırmasında da profesyonel sürücüler 18-24 yaş grubu sürücülerden sonra en fazla risk yaratan grup olarak ortaya çıkmıştır. (Bkz. Şekil 6)

Paydaşlara Göre “Yol Güvensizliği = Saygı Eksikliği”

- Kick off meeting’e katılan paydaşlara sorunun nedeni sorulduğunda en fazla ifade edilen “saygısızlık” olmuştur.
- Bu olgu ilk bakışta toplumun yüksek eğitim düzeyi ve duyarlılığıyla bir çelişki yaratıyor gibi görünmektedir.

Farkındalık ve Eğitim Eksikliği

- Saygısızlık saptaması asıl olarak; genel toplumca yol güvenliğinin bir toplumsal sorun olarak idrak edilmediğine, bir saygı ve katılımcılık alanı olarak görülmediğine;
- Bu alanda gerekli duyarlık ve farkındalığın oluşmadığına işaret etmektedir.

SWOT:

GÜÇLÜ YÖNLER • Projenin ilk döneminde paydaşlar ve gönüllü kuruluşlarla ilişkilerde yaratılan işbirliği iradesi ve farkındalık. • Potansiyel gönüllü sayısının yüksekliği.	ZAYIFLIKLAR • Genel kamuoyunda farkındalık ve duyarlık yetersizliği. • Eğitimcilerin eğitiminin yetersizliği. • Denetimde görece yetersizlikler. • Saygısızlık.
FIRSATLAR • Kuzey Kıbrıs'ın genel olarak küçük, örgütlü ve duyarlı bir topluluk olması. • İnternet kullanımı yaygın. • Etkin AB projelerinin yürürlükte olması.	TEHDİTLER • Etkin denetimin ve ölçümün yetersizliği. • Boşvermişlik. • Kalıcılışmaya yüz tutmuş grup davranışları.

5. Stratejik Yaklaşım

Trafik ve Yol Güvenliği Eğitim ve Kampanyası projesinin amaç ve hedeflerini tekrar belirterek stratejik yaklaşım aşağıda anlatılmıştır.

Bu projenin spesifik amacı yol güvenliği konusunda genel olarak kamuoyunda ve özelde de tüm paydaşlarda soruna ilişkin farkındalığı artırmak ve eğitmektir:

- Trafik kazalarının nedenleri konusunda bilgi yayımı.
- Trafik kazalarını azaltmak için önlemlerin anlaşılmasını sağlamak.
- Trafik güvenliğini iyileştirmeye yönelik hedefli ve etkin kampanyalar yapacak bilgi, deneyim, üretim bağlamında kapasiteyi geliştirmek.

Hedef : Hayat Kurtarmak. Kıbrıs'ın kuzey kesiminin yollarında güvensiz sürüşü terketmek, kazaları önlemek, kazalardan ileri gelen ölüm ve yaralanmaları azaltmak.

Temel Stratejik Kaygı: Proje uygulama süresi içinde, kamuoyunda davranış değişikliğini başlatacak ve sürekli kılacak en etkili odaklara ulaşmak ve onları harekete geçirebilmek ve aşağıdaki hususlarda sonuca ulaşmak:

- Yol güvenliğinin genel kamuoyunun gündemine gelmesini ve değişikliğe ilişkin bir istek, ilgi ve coşku yaratılmasını sağlamak.
- Proje süresinde herkesi eğitmek mümkün olmadığına göre asıl olarak eğitimcileri, öncelikli grupları ve kamuoyu önderlerini (konuya ilgi duyan ve bu konuda gönüllü olmak isteyen siyasetçiler, sivil toplum liderleri v.d.) eğitmek.
- Eğitim ve farkındalık kampanyalarının proje sonrasında da devam etmesini, sürdürülebilir olmasını sağlamak. (Kalıcı sosyal medya araçları ve eğitim materyalleriyle yöntemleri sayesinde.)

Hedef Grup Tanımlaması: Genel olarak **toplumun tamamı**, ancak öncelikle ve özellikle aşağıdaki kesimler:

- Genç Öğrenciler (Lise düzeyindeki, özellikle de lise son sınıftaki öğrenciler),
- Genç Sürücüler (18-24 yaş aralığında),
- Sürücü Kursu Eğitimcileri,
- Profesyonel Sürücüler.

Değişim Stratejisi

- İletişim
- Eğitim
- Mesajların toplum liderlerini de dahil ederek pek çok farklı mecradan yayılması ve benimsenmesi



6. Paydaşlar Listesi

Ana Gruplar

- Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komisyonu
- Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komisyonu - Eğitim, Araştırmalar ve Kampanyalar alt-komitesi
- Yönlendirme Komitesi (Steering Committee)
- Trafik Kazalarını Önleme Derneği
- AB Programı Destek Ofisi
- AB Koordinasyon Merkezi
- AB Bilgi Noktası

Resmi Kurumlar:

- Bayındırlık ve Ulaştırma
- İçişleri ve Yerel Yönetimler
- Maliye
- Milli Eğitim Gençlik ve Spor
- Başsavcılık
- Polis Genel Müdürlüğü

- Lefkoşa Polis Müdürlüğü
- Mağusa Polis Müdürlüğü
- Girne Polis Müdürlüğü
- Güzelyurt Polis Müdürlüğü

Medya:

- Haber Ajansları
- Günlük gazeteler
- Haftalık ve aylık dergiler
- Televizyon kanalları
- Radyo istasyonları
- Sosyal medya araç ve alanları

Sivil Toplum Örgütleri

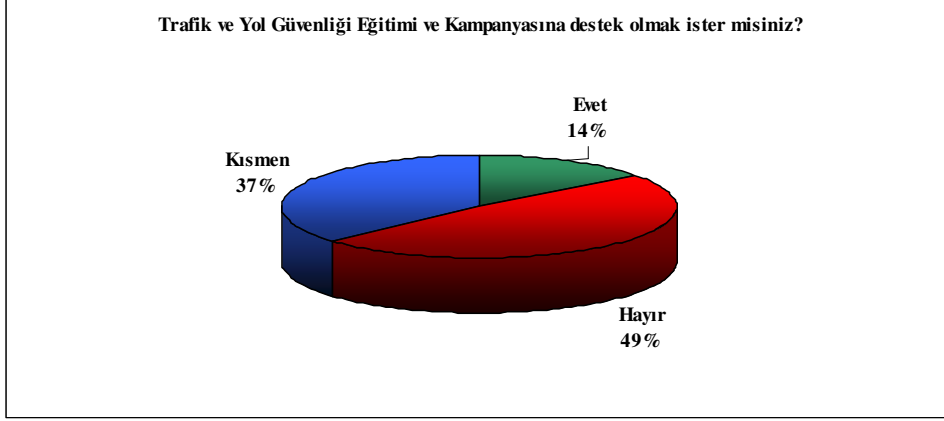
- Trafik Kazalarını Önleme Derneği
- Kıbrıs Türk Sürücü Kursları Birliği
- Kıbrıs Türk Belediyeler Birliği
- Kıbrıs Türk Öğretmenler Sendikası (KTÖS)
- Kıbrıs Türk Ortaöğretim Öğretmenler Sendikası (KTOEÖS)
- Kıbrıs Türk Mühendis ve Mimar Odası
- Kıbrıs Türk Eğitim Vakfı
- Kuzey Kıbrıs Sigorta ve Reasürans Derneği
- Kamyon Sürücüleri Derneği
- Toplumsal Riskleri Önleme Vakfı

Gönüllüler

Kampanya başarısına katkı koyacak olan gönüllü katılımının nasıl ve hangi düzeyde olabileceği, kampanya stratejisi ve kampanya uygulama planının ortaya çıkmasıyla birlikte netleşecektir. Bilgi ihtiyaç analizi kapsamında yapılan saha araştırmasında “bu kampanyaya destek olmak ister misiniz?” sorusuna verilen cevap yalnızca %14 “Evet” olarak çıkmıştır (Bkz. Şekil 8). Bununla birlikte, çeşitli toplumsal kesimlerle görüşmelerimizde bazı kurumlar kampanyamıza gönüllülük temelinde katkı yapabileceklerini belirtmiştir.

Bunlar arasında projenin ana yararlanıcılarından Trafik Kazalarını Önleme Derneği, Sosyal Riskleri Önleme Vakfı, Adalı Gençlik gibi bazı kurumlar bulunmaktadır. Sosyal mecralarda da konu ile ilgili grup üyelerinin çokluğu konuya duyarlı bir kitlenin Kıbrıs’ın kuzey kesiminde bulunduğunu göstermektedir. Bu kampanyanın başlamasıyla birlikte

hem bireysel, hem de kurumsal gönüllülüğün artırılması stratejik konulardan biri olarak algılanacaktır.



Şekil 8 Bilgi İhtiyaç analizi kapsamında trafik ve yol güvenliği kampanyasına destek olmak ister misiniz sorusuna verilen yanıtların dağılımı

7. Kampanya Hedefleri

Bu kampanya kapsamında projenin teknik teklifi ile de uyumlu olarak aşağıdaki basılı ve elektronik materyallerin/ çıktılarının üretilip, dağıtılması öngörülmüştür:

- 5 adet gazete / dergi ilanı yayınlanması (Makul bütçeyle tüm gazetelerde yer almasının yolları araştırılacak..)
- 40 adet gazete / dergi makale ve haber içeriğinin üretilmesi ve yayınlatılması.
- 1 adet tanıtım filmi hazırlanması ve CD formatında okullara dağıtılması.
- 3 Radyo / TV reklamı hazırlanması ve yayınlatılması.
- 5 farklı temalı poster basılması (Her biri 100 adet)
- 25 bin adet el ilanının, 25 bin adet “SÖZ VERİYORUM” araç stikerinin basım ve dağıtımı
- 10 broşür bastırılması (Toplam 10 bin adet)
- Eşantiyonlar dağıtılması...
- Kampanyanın bağımsız web sitesinin yayına geçmesi ve facebook sayfasının açılarak geniş katılım sağlanması.

Not: Basılı ve görüntülü materyallerin tümü, kampanya web sitemizden de indirilebilecektir.

8. Eğitim Hedefleri

Eğitim hedefleri, bu stratejinin hazırlanmasına paralel olarak yapılan eğitim ihtiyaç analizi çalışmasına uygun olarak ve detayları Eğitim İhtiyaç Analizi raporunda verilmiş şekilde belirlenmiştir.

- 6 farklı eğitim paketinin geliştirilmesi.
- 8-10 eğitimcinin geliştirilmiş eğitim paketlerini uygulaması.
- Farklı kategorilerde, 12 farklı etkinlikte ve en az 120 kişinin eğitilmesi.
- Proje yararlanıcılarının gelecekte de benzer eğitimlerde kullanabilecekleri bir eğitim rehberinin hazırlanması şeklinde öngörülmüştür.

Eğitimlerdeki seçimin temel önceliği çarpan etkisi yaratmak ve sürdürülebilirlik olacaktır. Projenin sona ermesinden sonrada eğitimlerin daha geniş kitlelere ulaşmasına imkan verecek konu ve gruplar seçilecektir.

9. Ana Kampanya Çerçevesi - Başlangıç Ve Araçlar

Yol Güvenliği ve Davranış Değişikliği Kampanyası konusunda Genel Hususlar:

1. Literatürde sürücü davranışını etkileyen sosyal stratejiler dörde ayrılmaktadır: Eğitim, iletişim, ehliyet verme sistemi, yasal düzenleme ve denetim.
2. Eğitim, sürücü davranışında en önemli etken olarak ortaya çıkmaktadır. Doç Dr. Lajunen (ODTÜ, Psikoloji Departmanı) trafik ve yol güvenliğini sağlamada üç önemli konu arasında eğitim, mühendislik, kanuni düzenleme ve uygulamaları olarak saymıştır.³
3. Tutumların alışkanlık haline geldiği, yaşama biçimiyle ilgili durumlarda iletişim kampanyasının gücü sınırlıdır. Tutum herhangi bir grup normuna dayanıyorsa, değişime karşı direnç söz konusudur. Bu nedenle kampanyamızın stratejik hareket noktası da bu grup normunun değişmesini sağlayacak bir sosyal hareket yaratmayı hedefleyecektir.
4. Yolları kullanan sürücü ve yayaların birbirlerini taklit ettiklerini söyleyebiliriz. Herhangi bir sürücü hata yaptığında ya da bazı kuralları ihlal ettiğinde, diğer sürücülerin onu izlemesi çok görülen bir davranıştır.
5. Bu nedenle davranışlarda değişim için, değiştirilmesi istenen davranışa, diğer sürücüler tarafından da uyulduğunun bilinmesi gereklidir.

Ana Kampanya Analizi

Kıbrıs'ın Kuzey kesiminde yaptığımız bire bir görüşmeler ve toplantılarda yol güvenliği sorununun kaynağı olarak görülen en önemli unsur; 'saygısızlık' kavramıyla tanımlandığından iletişim kampanyasının bu temel üzerinden gitmesi uygun olacaktır. Çünkü; Kıbrıs'ın kuzey kesiminde hemen herkes birbirini tanımaktadır ve eğitim seviyesi yüksek, başkalarının yargılarına değer veren bir toplumsal yapı vardır. Pozitif gücü olan, saygı temelli bir kampanyaya toplumun

³ <http://www.trafik.gov.tr/icerik/bildiriler/y1.doc>

sahip çıkma olasılığı yüksektir. Yaptığımız görüşmelerden edindiğimiz izlenime göre; gönüllüler, medya ve tüm paydaşları içeren böyle bir temayı toplum sahiplenecektir.

Toplumsal büyük kesimi “Önce başkası değil, ben saygı göstermeliyim” demeye başladığı anda, etkin bir değişim sağlamak mümkün olacaktır.

Ana Kampanya

“Saygılıyım, Söz Veriyorum!” Başlangıcı

Söz Veriyorum Kampanyası: Kampanya yol güvenliği sorununun ciddiyeti ve toplumsal bedellerini anlatan, alınacak önlemleri sıralayan ve tüm toplumu katılıma davet eden bir basın toplantısıyla başlatılacak ve aşağıdaki süreçte devam edecektir:

- Olası tüm iletişim kanalları ve araçları ile Kıbrıs’ın Kuzey kesiminde yaşayan Türk toplumu arabalarına sticker yapıştırmak ve Web’de fotoğraf aracılığıyla belli başlı yol güvenliği kurallarına uymak konusunda kamu önünde söz vermeye davet edilir.

Kampanya Lansmanı

- Sorunun ciddiyeti
- Toplumsal Bedelleri
- Alınacak Önlemler
- Toplumsal Davet
- Medya desteği
- Toplum liderleri desteği
- Halk

Kampanya Konsepti : Söz Veriyorum!

- “Kurallara uymaya, trafikte saygılı olmaya, hayatlarımıza sahip çıkmaya söz veriyoruz.” Bu sözü toplumda etkin kişilere de verdirmek için medya ile birlikte ziyaret ve girişimlerde bulunulur. Medya aracılığı ile verilen sözler basın ile paylaşılması sağlanılır.

Kampanya Araçları ve Medya

Taşıt sticker’ları trendi: “Emniyet kemerimi taktım, ya sen?”, “Hız yapmıyorum!”,

“Kırmızı ışıkta geçmem!”, “Çocuğumu arka koltukta oturtuyorum, emniyet kemerini de takıyorum”, “Trafik kurallarına uyarım.”, “Direksiyondayken telefonla konuşmam.” “Saygı gösteren, saygı görür!” - Gazeteler, bankalar ve kamu kuruluşların aracılığıyla dağıtımı planlanmıştır.

Kampanya Lansmanı

- Sorunun ciddiyeti
- Toplumsal Bedelleri
- Alınacak Önlemler
- Toplumsal Davet

- Medya desteği
- Toplum liderleri desteği
- Halk

Araç Stickerleri ve sosyal medya aracılığı ile toplum içi iletişim

• PR Aksiyonları – gelişmelerin geri bildirimi ile teşvik

Kampanya Konsepti : Söz Veriyorum!

Kamu kuruluşları beyanı ile kamu-toplum iletişimi

- Broşürler
- Web
- El ilanları
- TV filmi
- Radyo Spotları
- TV/Radyo programları
- Afiş
- Gazete yazıları ile proje destekli – toplum bilgilendirme

Web’de “Söz veriyorum” fotoğraf yarışması: WEB

Gönüllüleri - En çok

söz verdirtme fotoğrafı yükleyen ödül kazanır

Toplu ve kurumsal söz verme: Kurumlarla yerel otorite arasında kontrat: Kurum içi eğitimler konusunda kurumların angajmanı.

Bilgilendirici broşür, afiş, TV filmi, radyo spotu TV ve radyo programları, gazete yazıları ve el duyuruları

PR Aksiyonları: Çalışma bitiminde kampanya sonuçlarının bildirilmesi ve tartışmalar.

10. Ana Faaliyet Yönleri:

Belirlenen Hedef Kitlelere Yönelik Diğer Temel Stratejik Uygulamalar & Eğitim Çalışmaları

- Paydaşlarla kampanya katılımı üzerine planların yapılması.
- Eğitim içerikleri ve yapılarının eğitim ihtiyaç analizi sonuçlarına göre hazırlanması ve eğitimcilerin belirlenmesi.
- Kampanya ve eğitim materyallerinin hazırlanması
- Web sitesi tasarımı ve güncellemeleri
- Medya planlaması ve medya sponsorluklarının oluşturulması.
- Basım/ Dağıtım işleri.
- Halkla ilişkiler içerikleri ve planlarının hazırlanması
 - Farklı hedef kitle ve mecralara yönelik farklılaştırılmış içerikler üretilmesi.
 - İlgili içeriklerin kampanya takvimine uygun bir şekilde iletişimi için mecra planlaması yapılması.

Genç Öğrenciler Eğitim Kampanyası: Lisede öğrenim gören, özellikle ehliyet almaya yaklaşmış ikinci ve üçüncü sınıf öğrencilerine ulaşmak üzere izlenecek yollar şunlardır:

Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:

“Aşırı hız ölümcül risk yaratır”

“Emniyet kemeri kullanımı nasıl yaşam kurtarır”.

“Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün”.

“İlkyardım bilgisi hayat kurtarır”.

“Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir”.

Etkinlikler:

Milli Eğitim Gençlik ve Spor'dan sorumlu yerel otorite desteği ve Kıbrıs Türk Ortaöğretim Öğretmenleri Sendikası'nın işbirliğiyle; Lefkoşa, Girne, Mağusa, Güzelyurt,

İskele ve Gönyeli kazalarında bu grup gençlere ulaşarak gerekli mesajları içeren materyallerin iletilmesini sağlamak, konunun eğitim müfredatına alınmasına destek olmak.

Lise öğrencilerine uygun medya mecralarından mesaj vermek. Örneğin; BRT’de “Liseler Yarışıyor” programı için içerik üretmek.

Öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla “Söz Veriyorum” kampanyasına katılımını sağlamak.

Genç Sürücüler Eğitim Kampanyası: Ehliyet alma yaşındaki, üniversitede öğrenim gören ya da mezun olup toplumsal yaşama katılan genç sürücülere ulaşmak için şunlar yapılacaktır:

Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:

“Aşırı hız ölümcül risk yaratır”

“Emniyet kemeri kullanımı nasıl yaşam kurtarır”.

“Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün”.

“İlk yardım bilgisi hayat kurtarır”.

Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir”.

Etkinlikler:

Doğu Akdeniz Üniversitesi, Yakındoğu Üniversitesi, Girne Amerikan Üniversitesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi ve Atatürk Öğretmen Akademisi ile işbirliği geliştirilmesi.

Bu üniversitelerde, üniversitelerin yapısına göre konferans, panel ya da workshoplar düzenlemek.

Hazırlanan kampanya malzemelerinin üniversiteler ve gençlerin bulunduğu sivil toplum kuruluşlarıyla, meslek örgütlerinde de dağıtılmasını sağlamak.

Üniversitelerdeki çalışma ve eğitimlere medyayı da davet etmek.

Genç sürücülerin ilgisini çekecek medya mecralarına ulaşmak, katılım sağlamak, içerik üretmek. Örneğin, “Tuning” programına özel içerik üretmek.

Genç sürücülerin de sosyal medya aracılığıyla “Söz Veriyorum” kampanyasına katılımını sağlamak...

Sivil toplum örgütlerinde çalışan gençleri gönüllü ekiplerine kazanmak. Pratik içerikli eğitim programları hazırlamak.

Sürücü Kursu Eğitimlerine Ulaşmak: Kıbrıs’ın Kuzeyi’nde halihazırda 35 sürücü kursu ve yaklaşık 100 eğitimci bulunmaktadır. Bu okulların 15’i Lefkoşa’dadır. Sürücü kursu açmak için, Sürücü Kursları Birliği’ne üye olma şartı vardır ve ehliyet alacak herkes bu kurslardan eğitim almak zorundadır. Ancak kurs eğitimlerine yönelik bir özel eğitim şartı veya böyle bir eğitim veren kurum yoktur. Sürücü kurslarında eğitimler her kursun kendi özel, küçük kitapçığıyla verilmektedir ve

bu kitapçık çok yetersiz bulunmaktadır. Sürücü kursları tüm sürücü adaylarını trafiğe hazırlayan temel nokta olduğu için, eğitim ve iletişim kampanyasında önemli bir yer tutması gereklidir.

Sürücü Okulu Eğitimlerine Yönelik Temel Etkinlikler:

Sürüş güvenliğine ilişkin etkin ve benzetimli eğitimler verilmesi amacıyla sürücü okulları eğitimcilerine yönelik eğitim düzenlenmesi.

Tüm kurslarda kullanılmak üzere ve sürdürülebilir bir eğitim için, bir sürüş güvenliği eğitim kiti hazırlanmasına katkı sağlanması.

Birlik üyelerine konferans, panel ya da workshoplar düzenlenmesi.

Hazırlanan kampanya malzemelerinin tüm sürücü okullarına dağıtılmasını ve buradan sürücü adaylarına ulaşmasını sağlamak.

Sürücü okullarıyla yapılacak çalışma ve eğitimlere medyayı da davet etmek.

Okulların “Söz Veriyorum” kampanyasına destekçi olarak katılımlarını sağlamak.

Profesyonel Sürücülere Ulaşmak: Profesyonel sürücüler trafikte geçirdikleri zaman ve kaza oranları nedeniyle en önemli hedef kitlelerden birini oluşturmaktadır:

Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:

“Aşırı hız ölümcül risk yaratır”

“Emniyet kemeri kullanımı yaşam kurtarır”.

“Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün”.

“İlk yardım bilgisi hayat kurtarır”.

“Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir”.

Etkinlikler:

Araç filolarına sahip kurumların ve taksi duraklarının sürücülerine yönelik kurumsal eğitimler düzenlenmesi.

Kamu ve özel kurumların bu doğrultuda sürücülerine gerekli uyarıları yapacak ve eğitimleri verecek şekilde konuya dahil edilmesi.

En centilmen profesyonel sürücü yarışması.

Profesyonel sürücülere özel sticker ve bilgilendirici broşürler.

“Söz veriyorum”sitesinde özel bölüm ve özel hediyeler.

11. Diğer Stratejik Ve Taktik Meseleler

İletişim Özellikleri

Genç hedef kitleye yönelik etkinlik ve eğitimler sıkıcılıktan uzak olmalıdır. Teorik olandan ziyade, pratiğe yönelik etkinliklere öncelik verilecek. (Skid carla ya da benzetim araçlarıyla güvenli sürüş teknikleri eğitimi gibi...)

İletişim dili ders vermek yerine, doğru davranış biçimlerini kendiliğinden bulduracak biçimde kurgulanacaktır.

Tüm kampanya materyallerinde negatif cümleli mesajlardan uzak durulacaktır.

Gönüllülerin Katılımı

Kampanyaya gönüllülerin katılımını sağlamak, sorunun toplumda daha yaygın biçimde anlaşılması, kampanyanın yaygınlaştırılması ve sürdürülebilirliği açısından önem taşımaktadır.

Sorunu derin ve yakıcı biçimde yaşayan / duyumsayan potansiyel gönüllüler, halihazırda gerek sosyal medya mecralarında, gerekse fiili olarak sokaklarda ve çeşitli zamanlarda bu duyarlılıklarını yansıtmaktadırlar. Bazen sokak eylemleri yapıyorlar, bazen de yitirdikleri yakınları için facebook'ta anma sayfaları açıyorlar.

Gönüllü katılımının kampanyanın organize edici unsurlar içererek yaygınlaştırılması ile artacağı düşüncesiyle özellikle sosyal medya aracılığıyla bu gönüllülere ulaşılabilecektir.

Potansiyel gönüllülerin; sivil toplum örgütü temsilcilerinden, medya mensuplarına, kamu görevlilerinden öğrencilere uzanan geniş bir yelpazeyi oluşturacağını öngörüyoruz.

Gönüllülerin kampanyaya ve diğer eğitim etkinliklerine aktif katılımlarını sağlamak için izlenecek yollar şunlardır:

- Bire bir iletişim, aylık düzenli değerlendirme toplantıları.
- Sosyal medya mecralarında (özellikle facebook ve kurulacak mail zincirinde) bilgi paylaşımı, görüş alışverişi.
- Kampanya ve eğitimlere ilişkin düzenli biçimde hazırlanacak bültenlerin iletilmesi.

Kitlesel Medya İlişkiler

Trafik kazaları medya gündeminde önemli bir yer buluyor. Ancak kaza haberleri çoğunlukla olgulardan ve nedenlerden çok, sonuçlara odaklanıyor. Bu tür bir habercilik, büyük olasılıkla toplumda acıma ve üzüntü hissi yaratmak dışında bir sonuç oluşturmayacaktır. Oysa medya, konunun taraflarına kaza nedenlerini tartıştırmalı, alınabilecek bireysel ve kamusal önlemleri sorgulayarak uyarıcı bir habercilik yapmalıdır.

Medyanın bu tavrında; kamusal aktörlerin yeterli bilgi vermemesi, olay yerine giden gazetecilerin yetersiz deneyim ve bilgileri, bölüm editörlerinin yönlendirme eksikliği gibi etkenler rol oynamaktadır. Bu eksikliği gidermek için şu adımlar atılmalıdır:

Uzman muhabirler yetiştirmek için gazeteci eğitimleri vermek: Yol güvenliğine ilişkin temel kavramları öğrenmelerini sağlamak. Bu konuda görüş alabilecekleri haber

kaynaklarına nasıl ulaşacaklarını öğretmek. Yazılı kaynaklara ulaşmanın yollarını anlatmak. Bu konuda soru sorma tekniklerini aktarmak.

Özel buluşmalar: Yol güvenliği sorununun nedenleriyle, bu soruna yönelik çözüm önerilerinin paylaşılacağı, kamu otoritesi ve sivil toplum temsilcileriyle, editör ve yazarlara yönelik basın buluşmaları gerçekleştirmek.

Gazete ve TV'lere düzenli olarak özel haber konuları üretmek: Örneğin, yağışlı havada sürüş güvenliği için neler yapılmalı, hıza bağlı olarak durma mesafeleri ve kaza arasındaki ilişkinin anlatılması v.b.

Gazetecilerin teorik konuları yaşayarak öğrenebilecekleri etkinlikler gerçekleştirmek: Örneğin, bir sürüş deneyimi yaşatarak, hız ve durma mesafesi arasındaki ilişkiyi anlamalarını sağlamak.

Düzenli basın bültenleriyle konuya olan ilgilerini canlı tutmak.

Paydaşlarla İlişkiler

Paydaşlar haritamızın en üstünde **Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komisyonu, Trafik Eğitim, Araştırmalar ve Kampanyalar Komitesi ile Yönlendirme Komitesi (Steering Committee)** yer almaktadır.

Yol güvenliği için uzun yıllardır çalışan ve ToR'a göre de ana yararlanıcı konumundaki Trafik Kazalarını Önleme Derneği (TKÖD), iletişim kampanyasının ana paydaşları arasında yer almaktadır.

Kampanyamız Yönlendirme Komitesi'ni temsilen **Bayındırlık ve Ulaştırma'dan sorumlu kurumun** önderliğinde gerçekleştirilecektir.

Kampanya sırasında TKÖD dışındaki sivil toplum örgütleriyle de etkin bir iletişim gerçekleştirilecektir. Bunlar arasında yer alan kuruluşlar STK'lar Paydaşlar Listesi'nde belirtilmiştir.

Söz konusu paydaşlar arasında bazı çelişkiler, uzlaşmazlık boyutuna yükselen tartışmalar mevcuttur. İletişim kampanyası sırasında bu farklılıklara rağmen, bir arada olabilmek, birlikte iş üretebilme olanakları araştırılacak ve bu konuda kalıcı işbirlikleri geliştirilecektir. Projenin kapasite geliştirme fonksiyonu da bu konuya hizmet edecektir.

Sivil toplum örgütlerinin mesajları yaymadaki etkinliği ve bu konudaki yerel tecrübeleri nedeniyle karar alma süreçlerinde yer almaları önemlidir.

12. Medya İletişimi (Ana Medya Araçları Ve Alanları)

Medya Atmosferi: Kıbrıs'ın kuzey kesimi nüfusuyla oranlandığında oldukça çeşitlilik içeren, yüksek sayıda medya organlarına sahiptir: 6 yerel haber ajansı, yayınlanmakta olan 13 günlük gazete ve 11 televizyon kanalı ile 22 radyo istasyonu.

Medya kuruluşları yol güvenliği sorununa ilgi göstermekte ama nedenlerden çok sonuçlara odaklı ve olguları yansıtan bir gazetecilik yaklaşımı görülmektedir. Bunun başlıca nedenlerinden biri yol güvenliği konusunda uzmanlaşmış gazeteci eksikliği, diğeri ise aynı bağlamda editör desteğindeki yetersizliktir.

Yazılı ve görüntülü basının beraberinde kullanımı yoğun bir başka önemli mecra ise sosyal medyadır. Yol güvenliğinde en önemli hedef kitleler arasında yer alan gençlerin

bu medyayı kullanım oranı oldukça yüksektir. Özellikle facebook çok yaygın bir iletişim aracı olarak kullanılmaktadır. (Kıbrıs'ta toplam 266 bin facebook kullanıcısı var ama bunun ne kadarı Kuzey'den, ne kadarı Güney'den bilinmiyor).

Örneğin, facebook'taki North Cyprus sayfasının 5 bine yakın 'hayran'ı bulunuyor. Near East University ise 2048 'hayran'a sahip.

Medya Aksiyonları

Başlangıç Basın Konferansı (Ekim'de yapıldı)

Basın Bültenleri (Yaklaşık her ay)

Köşeyazarları ile özel toplantılar (Ekim'de yapıldı)

Özel Haberler (Kasım'dan itibaren)

Televizyon Röportajları (Kasım'dan itibaren)

Editöre Mektuplar (Kasım'dan itibaren)

Özel Organizasyonlar (Konferanslar vs.)

Final Basın Toplantıları (Aralık ve Ocak'ta)

8-10 katılımcılı yol güvenliği çerçevesinde gazeteci eğitimi... (Trafik Kazalarını Önleme Derneği'nin işbirliğiyle).

Sosyal Medya İlişkileri Araçları Yaratma ve Besleme:

Sosyal medya yaygınlığı ve geniş kitlelere hızlıca ulaşmada sunduğu imkanlar nedeniyle, kampanyamızda önemli bir yer tutmaktadır. Bu bağlamda kullanılacak sosyal medya araçları şunlar olacaktır:

Kampanya websitesi
Facebook Kampanya Hayran Sayfası
Twitter Kampanya Hesabı
Flickr Kampanya Hesabı
Youtube Kampanya Hesabı
Google ve Optimizasyonu
İnternet Medyası
İlgili Bloglar
Ve diğer web siteleri.

Sosyal Medya Kanalları Uygulamaları

Facebook: Kampanya için özel hazırlanacak sayfada eğitim ve kampanya duyuruları yer alacak. Hazırlanacak filmlere ve diğer materyallere de buradan ulaşılacaktır.

Twitter: Oluşturulacak kampanya hesabından düzenli olarak bilgilendirmede bulunulacak.

Flickr: Kampanya görselleri özel olarak açılacak flickr sayfasında izlenebilecek.

Youtube / Vimeo: Kampanya ve eğitim filmleri bu portallarda barındırılacak.

Haber ajansları: (YEREL) Türk Ajansı Kıbrıs (TAK), Akdeniz Haber Ajansı (AHA), Lefkoşa Haber Ajansı (LHA), Uludağ Haber Ajansı (UHA), Arca Haber Ajansı, Mağusa

Haber Ajansı. **(ULUSLARARASI)** Anadolu Ajansı (AA), Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT), International Affairs Agency (INAF).

Günlük Gazeteler: Kıbrıs, Havadis, Yenidüzen, Haberdar, Ortam, Güneş, Halkın Sesi, Yurtsever Kıbrıslı, Sözcü, Volkan, Vatan, Afrika, Demokrat Bakış, Star Kıbrıs.

Televizyon Kanalları: Bayrak Radyo Televizyonu (BRT), Genç TV, Akdeniz TV, Sim TV, Kanal T, Kıbrıs TV, Avrasya TV (ART), AS TV, Ada TV, GAU TV, DAU TV.

Radyo İstasyonları: Bayrak FM, Radio 1, Radyo Klasik, AKDENİZ FM, FIRST FM, SIM FM, KIBRIS FM, RADYO VATAN, GÜNEŞ FM, DANCE FM, AS FM.

Organizasyon Yönetimi

Konferanslar

Toplantılar

Çeşitli araçlarla sürüş deneyimi yaşatmayı sağlayacak etkinlikler (kayganlık testleri ya da sürüş programları gibi...)

13. Bütçesel Yaklaşım

EĞİTİM ve İLETİŞİM KAMPANYASI UYGULAMA BÜTÇESİ	ADET	İNSAN KAYNAĞI (Adamxgün)		FINANSAL KAYNAK (€)
		TAT	FAYDALANICI	
A. Kampanya Yönetimi ve Koordinasyonu				
1. Planlama/Değerlendirme		35	8	
2. Koordinasyon toplantıları		20	15	
3. Kampanya kurumsal ve proje koordinasyon		45	20	500
B. Elektronik ve Basılı Materyal Oluşturulması ve Dağıtımı				
1. Broşürler				
1.a İçerik oluşturma	10	15		
1.b Tasarım		10	3	
1.c Matbaa Baskı				1,800
1.d Dağıtım				500
2. Gazete ve Dergi İlanları				
2.a İçerik Oluşturma		4		
2.b Tasarım		3	1	
2.c Yayın				15,600
3. Gazete/ Dergi Makale ve Haber oluşturma - Duyuru				
3.a Basın Toplantısı	2	6	1	4,000
3.b Makale içeriği	40	18	8	
3.c Yayın koordinasyonu		10		1,000
4. CD'de tanıtım filmi				
4.a Prodüksiyon	1	4	1	2,000
4.b Çoğaltma	1000			700
4.c Dağıtım		2		800
5. Radyo/ TV Reklamları				
5.a Prodüksiyon	3	3	1	10,500
5.b Yayın - Satınalma	15	1		58,950
6. Poster				
6.a Mesaj içeriğinin oluşması	5	1		
6.b Tasarım	5	2.5	1	
6.c Dijital Baskı	500			500
6.d Dağıtım/Pano kirası	500			730
7. El ilanları				
7.a içerik oluşturma	1	1		
7.b Tasarım		1	0.5	
7.c Matbaa baskısı	25000			4,500
7.d Dağıtım				2,500
8. Araba Stickeri				
8.a Mesaj içeriğinin oluşturulması		0.5		
8.b Tasarım		0.5	0.5	
8.c Baskı	25000			6,000
8.d Dağıtım				800
9. Websitesi				
10.1 Domain alımı	1			
10.2 Hosting Ücreti	1	0.5		20
10.3 İçerik Oluşturma ve güncelleme		18		
10.4 Tasarım		4	8	
11. Facebook ve Twitter ve Flickr siteleri				
11.1 İçerik Oluşturma		3		
11.2 Takip ve Güncelleme		10	4	
C. Eğitim Organizasyonu				
C.1 Eğitim İçeriği Oluşturulması	7	49	7	
C.2 Eğitim yeri ve ikram organizasyonu	7	4		6,000
C.3 Eğitimin Duyurulması	7	18	3	
C.4. Eğitim Materyali Basımı	7	2		1,400
C.5 Eğitimin Verilmesi	7	15	15	
C.6 Eğitimin değerlendirilmesi	7	4	1	
TOPLAM		310	98	118,800
Tercüme				11,000
Yerel Ulaşım				5,200
Genel Toplam				135,000

EK – 1: İletişim Stratejisi Sunumu

Yol Güvenliği Eğitimi ve Kampanyaları Projesi

İletişim Stratejisi

İçerik

- **Ön Analiz**
 - Kampanya Stratejisini Yönlendiren Veri, İlgörü ve Analizler
- **Stratejik Yaklaşım**
- **Ana Kampanya Çerçevesi Başlangıç ve Araçlar**
- **Ana Faaliyet Yönləri**
 - Belirlenen Hedef Kitlelere Yönelik Diğer Temel Stratejik Uygulama & Eğitim Çalışmaları
- **Diğer Stratejik ve Taktik Meseleler**
- **Medya İletişimi**
 - Ana Medya Araçları

Ön Analiz

Kampanya Stratejisini Yönlendiren Veri, İlgörü ve Analizler

Ön Analiz

Kıbrıs'ın Kuzey Kesiminde Yol Güvensizliği

- **Yüksek Taşıt/Nüfus Oranı**
 - son sayıma göre nüfus 265 bin.
 - Kamusal bir toplu taşımacılık olmadığı için, hemen her yetişkinin bir taşıt sahibi olduğu söylenebilir.
- **Yüksek Kaza Oranı**
 - Kıbrıs'ın kuzey kesiminde kaza ortalaması AB'nin iki katı.
 - Polis Genel Müdürlüğü'nde istatistik veriler düzenli olarak tutulmakla birlikte, özellikle taşıt ve sürücü sayısına ilişkin veriler yetersizdir.

Ön Analiz

Yol Güvensizliğini Oluşturan Unsurlar

Bazı istatistik verilerin eksikliğine karşın, kamu otoritesi ve paydaşlar arasında yaptığımız araştırma sonuçlarına göre **yol güvenliğini olumsuz biçimde etkileyen çok sayıda olgu ve etken arasında öne çıkanlar** şunlar:

- Ehliyet eğitiminin yetersizliği,
- Etkin denetimin azlığı,
- Yol altyapısının bozukluğu,
- Sinyalizasyon ve tabelaların eksikliği,
- Kamusal toplu taşımanın olmaması,
- Etkin ilkyardımın yetersizliği.

Ön Analiz

Başlıca Sürücü Hataları

Yine görüşme ve araştırmalarımıza göre, **kazalar ile kaza sonucu ölümlerde rol oynayan sürücü ve yaya hatalarını** şöyle sıralamak mümkün:

- Aşırı hız,
- Alkollü taşıt kullanımı,
- Geçiş önceliklerine uymamak,
- Dikkatsizlik,
- Emniyet kemeri kullanmamak.
- Psikolojik faktörler (Yakalanma riski algılanmasının düşük olması, kurallara uymama konusundaki başkalarına bakarak davranma eğilimi v.b.)

Çözümeye Yardımcı Toplumsal Özellikler

- **Sorunları için örgütlenebilen duyarlı bir toplum:**
 - Sivil toplum örgütlenmesinin yaygınlığı ile medya organlarının sayısal çokluğu dikkat çekici düzeyde.
 - Toplumsal sorunlara duyarlılık ve bu sorunlar çevresinde örgütlenme alışkanlığı da yüksek.
 - Kampanyamıza gönüllülük temelinde katkı yapacaklarını belirten çok sayıda kişi ve organizasyonun varlığı da bununla bağlantılı bir sonuç. (TKÖD, Adalı Gençlik, Sosyal Riskleri Önleme Vakfı, DAÜ v.d.)
- **Küçük, karşılıklı etkileşim düzeyi yüksek ve eğitilmiş bir toplum:**
 - Kıbrıs Türk toplumunda hemen hemen herkes birbirini tanıyor, biliyor. Eğitilmiş ve başkalarının yargılarına değer veren bir toplumsal yapı var.
- **İnternet ve sosyal medya kullanımı yaygın...**

Soruna İlişkin Başlıca Çıkarımlar 1

1. Sürücülük Eğitimi Yetersiz

- a. Kıbrıs'ın kuzey kesiminde sürücü eğitiminin yetersizliği en ciddi sorunlardan biri.
- b. Sürücü adayları bu yetersizliği bilinen / kabul edilen eğitim ve sınavın ardından kolayca ehliyet alabiliyor.

2. Eğitimcilerin Eğitimi Öncelikli Sorun:

- a. Sürücü kurslarının eğitmenlerinin önemli bir bölümü, sürücü adaylarına yeterli bilgi sunamıyor.
- b. İletişim ve eğitim çalışmalarında öncelikli hedef gruplar içinde yer almaları gerekiyor.

Soruna İlişkin Başlıca Çıkarımlar 2

3. Genç Sürücüler En Yüksek Risk Grubu

- a. Kazalarda özellikle genç sürücüler en yüksek risk grubu olarak öne çıkıyor. (Polis Genel Müdürlüğü'nün verdiği bilgi ve medya taramalarına göre.)
- b. Kazalarda sürücü adaylarına yönelik eğitimin yetersizliğinin büyük payı olduğu vurgulanıyor.

4. Ticari Taşıt Sürücülerini ise bir diğer riskli grup

Trafikte en çok yer alan grup. Paydaşların büyük bölümü ve meslek örgütleri de ticari taşıt sürücülerinin eğitime gereksinimi olduğunu düşünüyor.

Soruna İlişkin Başlıca Çıkarımlar 3

5. Paydaşlara göre “Yol Güvensizliği = Saygı Eksikliği”

- a. Kick off meeting'e katılan paydaşlar sorun tanımlamasında ilk sırayı “saygısızlık” olgusuna veriyor
- b. Bu olgu ilk bakışta toplumun yüksek eğitim düzeyi ve duyarlılığıyla bir çelişki yaratıyor gibi görünüyor.

6. Farkındalık ve Eğitim Eksikliği

- a. Saygısızlık saptaması asıl olarak; genel toplumca yol güvenliğinin bir toplumsal sorun olarak algılanmadığına, bir saygı ve katılımcılık alanı olarak görülmediğine;
- b. Bu alanda gerekli duyarlılık ve farkındalığın oluşmadığına işaret ediyor.

SWOT Analiz

GÜÇLÜ YÖNLER • Projenin ilk döneminde paydaşlar ve gönüllü kuruluşlarla ilişkilerde yaratılan işbirliği iradesi ve farkındalık. • Potansiyel gönüllü sayısının yüksekliği.	ZAYIFLIKLAR • Genel kamuoyunda farkındalık ve duyarlılık yetersizliği. • Eğitimcilerin eğitiminin yetersizliği. • Denetimde görece yetersizlikler. • Saygısızlık.
FIRSATLAR • Kıbrıs'ın kuzey kesiminde genel olarak küçük, örgütlü ve duyarlı bir topluluk olması. • İnternet kullanımı yaygın. • Etkin AB projelerinin yürürlükte olması.	TEHDİTLER • Etkin denetimin ve ölçümün yetersizliği. • Boşvermişlik. • Kalıcılaşmaya yüz tutmuş grup davranışları.

Stratejik Yaklaşım

Hatırlatma: Projemizin Amaç ve Hedefleri

- Bu projenin spesifik amacı yol güvenliği konusunda genel olarak kamuoyunda ve özelde de tüm paydaşlarda soruna ilişkin farkındalığı artırmak ve eğitmek:
 - Trafik kazalarının nedenleri konusunda bilgi yayımı.
 - Trafik kazalarını azaltmak için önlemlerin anlaşılmasını sağlamak.
 - Trafik güvenliğini iyileştirmeye yönelik hedefli ve etkin kampanyalar yapacak bilgi, deneyim, üretim bağlamında kapasiteyi geliştirmek.

Hedefimiz Belli: Hayat Kurtarmak. Kıbrıs'ın kuzey kesiminin yollarında güvensiz sürüşü terketmek, kazaları önlemek, kazalardan ileri gelen ölüm ve yaralanmaları azaltmak.

Temel Stratejik Kaygı

- Proje uygulama süresi içinde, kamuoyunda davranış değişikliğini başlatacak ve sürekli kılacak en etkili odaklara ulaşmak ve onları harekete geçirebilmek;**
 - Yol güvenliğinin genel kamuoyunun gündemine gelmesini ve değişikliğe ilişkin bir istek, ilgi ve coşku yaratmasını sağlamak.
 - Proje süresinde herkesi eğitmek mümkün olmadığına göre asıl olarak eğitimcileri, öncelikli grupları ve kamuoyu önderlerini (konuya ilgi duyan ve bu konuda gönüllü olmak isteyen siyasetçiler, sivil toplum liderleri v.d.) eğitmek.
 - Eğitim ve farkındalık kampanyalarının proje sonrasında da devam etmesini, sürdürülebilir olmasını sağlamak. (Kalıcı sosyal medya araçları ve eğitim materyalleriyle yöntemleri sayesinde.)

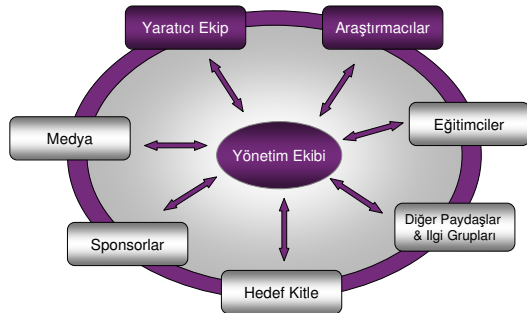
Hedef Gruplar

- Genel olarak **toplumun tamamı**, ancak öncelikle ve özellikle;
 - Genç Öğrenciler (Lise düzeyindeki, özellikle de lise son sınıftaki öğrenciler)
 - Genç Sürücüler (18-24 yaş aralığında),
 - Sürücü Kursu Eğitimcileri,
 - Profesyonel Sürücüler.

Değişim Stratejisi



İletişim



Mesajların Yayılması



Paydaşlar 1

Ana Gruplar

- Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komisyonu
- Trafik Eğitim ve Kampanyalar Komitesi
- Yönlendirme Komitesi (Steering Committee)
- Trafik Kazalarını Önleme Derneği
- AB Programı Destek Ofisi
- AB Koordinasyon Merkezi
- AB Bilgi Noktası

Resmi Kurumlar

- Bayındırlık ve Ulaştırma
- İçişleri ve Yerel Yönetimler
- Maliye
- Milli Eğitim Gençlik ve Spor
- Başsavcılık
- Polis Genel Müdürlüğü
 - Lefkoşa Polis Müdürlüğü
 - Mağusa Polis Müdürlüğü
 - Girne Polis Müdürlüğü
 - Güzelyurt Polis Müdürlüğü

Paydaşlar 2

Sivil Toplum Örgütleri

- Trafik Kazalarını Önleme Derneği
- Kıbrıs Türk Sürücü Kursları Birliği
- Kıbrıs Türk Belediyeler Birliği
- Kıbrıs Türk Öğretmenler Sendikası (KTOS)
- Kıbrıs Türk Ortaöğretim Öğretmenler Sendikası (KTOEÖS)
- Kıbrıs Türk Mühendis ve Mimar Odası
- Kıbrıs Türk Eğitim Vakfı
- Kuzey Kıbrıs Sigorta ve Reasürans Derneği
- Kamyon Sürücüleri Derneği
- Toplumsal Riskleri Önleme Vakfı

Medya

- Haber Ajansları
- Günlük gazeteler
- Haftalık ve aylık dergiler
- Televizyon kanalları
- Radyo istasyonları
- Sosyal medya araç ve alanları

Paydaşlar 3

GÖNÜLLÜLER

- Kampanya başarısına katkı koyacak olan gönüllü katılımının nasıl ve hangi düzeyde olabileceği, kampanya stratejisi ve kampanya uygulama planının ortaya çıkmasıyla birlikte netleşecektir. Bununla birlikte, çeşitli toplumsal kesimlerle görüşmelerimizde bazı kurumlar kampanyamıza gönüllülük temelinde katkı yapabileceklerini belirtti.
- Bunlar arasında projenin ana yararlanıcılarından Trafik Kazalarını Önleme Derneği, Sosyal Riskleri Önleme Vakfı, Adalı Gençlik gibi bazı kurumlar vardı. Bizler kampanyanın başlamasıyla birlikte hem bireysel, hem de kurumsal gönüllülük katılımlarının artacağına inanıyoruz.

Kampanya Hedefleri

- 5 adet gazete / dergi ilanı yayınlanması (Makul bütçeyle tüm gazetelerde yer almasının yolları araştırılacak.)
- 40 adet gazete / dergi makale ve haber içeriğinin üretilmesi ve yayınlanması.
- 1 adet tanıtım filmi hazırlanması ve CD formatında okullara dağıtılması.
- 3 Radyo / TV reklamı hazırlanması ve yayınlanması.
- 5 farklı temalı poster basılması (Her biri 100 adet)
- 50 bin adet el ilanının, 50 bin adet "ŞÖZ VERİYORUM" araç stikerinin basım ve dağıtımı
- 10 broşür bastırılması (Toplam 10 bin adet)
- Eşantiyonlar dağıtılması...
- Kampanyanın bağımsız web sitesinin yayına geçmesi ve facebook sayfasının açılarak geniş katılım sağlanması.

Not: Basılı ve görüntülü materyallerin tümü, kampanya web sitemizden de indirilebilecek...

Eğitim Hedefleri

- 6 farklı eğitim paketinin geliştirilmesi.
- 8-10 eğitimcinin geliştirilmiş eğitim paketlerini uygulaması.
- Farklı kategorilerde, 12 farklı etkinlikte ve en az 120 kişinin eğitilmesi.
- Proje yararlanıcılarının gelecekte de benzer eğitimlerde kullanabilecekleri bir eğitim rehberinin hazırlanması.

Ana Kampanya

Yol Güvenliği ve Davranış Değişikliği Kampanyası konusunda Genel Dersler

1. Literatürde sürücü davranışını etkileyen sosyal stratejiler dörde ayrılıyor: Eğitim, iletişim, ehliyet verme sistemi, yasal düzenleme ve denetim.
2. Eğitim, sürücü davranışında çok etkili.
3. Tutumların alışkanlık haline geldiği, yaşama biçimiyle ilgili durumlarda iletişim kampanyasının gücü sınırlıdır. Tutum herhangi bir grup normuna dayanıyorsa, değişime karşı direnç söz konusudur. Bu nedenle kampanyamızın stratejik hareket noktası da bu grup normunun değişmesini sağlayacak bir sosyal hareket yaratmayı hedefleyecektir.
4. Yolları kullanan sürücü ve yayaların birbirlerini taklit ettiklerini söyleyebiliriz. Herhangi bir sürücü hata yaptığında ya da bazı kuralları ihlal ettiğinde, diğer sürücülerin onu izlemesi çok görülen bir davranıştır.
5. Bu nedenle davranışlarda değişim için, değiştirilmesi istenen davranışa, diğer sürücüler tarafından da uyulduğunun bilinmesi gereklidir.

Ana Kampanya Analizi

Kıbrıs'ın kuzey kesiminde yaptığımız bire bir görüşmelerde ve toplantılarda yol güvenliği sorununun kaynağı olarak görülen en önemli unsur; 'saygısızlık' kavramıyla tanımlandı.

İletişim kampanyamızın bu temel üzerinden gitmesi gerektiğini düşünüyoruz. Çünkü; adada hemen hemen herkes birbirini tanıyor, biliyor. Eğitimli ve başkalarının yargılarına değer veren bir toplumsal yapı var. Pozitif gücü olan, saygı temelli bir kampanyaya toplumun sahip çıkma olasılığı çok yüksek. Yaptığımız görüşmelerden edindiğimiz izlenim; gönüllüler, medya ve tüm paydaşlar böyle bir temayı sahiplenebilir.

Toplumun büyük kesimi "Önce başkası değil, ben saygı göstermeliyim" demeye başladığı anda, bu küçük toplulukta etkin bir değişim sağlamak mümkün olacaktır.

Ana Kampanya: "Saygılıyım, Söz Veriyorum!" Başlangıcı

Söz Veriyorum Kampanyası:

- Kampanya yol güvenliği sorununun ciddiyeti ve toplumsal bedellerini anlatan, alınacak önlemleri sıralayan ve tüm toplumu katılıma davet eden bir basın toplantısıyla başlatılır.
- Olası tüm iletişim kanalları ve araçları ile tüm toplum arabalarına sticker yapıştırma ve Web'de fotoğraf aracılığıyla belli başlı yol güvenliği kurallarına uymak konusunda kamu önünde söz vermeye davet edilir.
- "Kurallara uymaya, trafikte saygılı olmaya, hayatlarımıza sahip çıkmaya söz veriyoruz." Bu sözü toplumda etkin kişilere de vermek için medya ile birlikte ziyaret ve gişimlerde bulunulur. Medya aracılığı ile verilen sözler basın ile paylaşılması sağlanır.

Kampanya Araçlar ve Medya

- **Taşıt sticker'ları trendi:**
 - "Emniyet kemerimi taktım, ya sen?"; "Hız yapmıyorum!"; "Kırmızı ışıkta geçmem!"; "Çocuğumu arka koltukta oturtuyorum, emniyet kemerini de takıyorum"; "Trafik kurallarına uyarım."; "Direksiyondayken telefonla konuşmam."
 - "Saygı gösteren, saygı bulur!"
 - Gazeteler, bankalar, kamu kuruluşlarında dağıtılır.
- **Web'de "Söz veriyorum" fotoğraf yarışması: WEB Gönüllüleri**
 - Sponsorlar tarafından ödüllü
 - En çok söz verdirtme fotoğrafı yükleyen ödül kazanıyor
- **Toplu ve kurumsal söz verme**
 - Kurumlarla yerel otorite arasında kontrat: Kurum içi eğitimler konusunda kurumların angajmanı.
 - Yapan kurumlara halkla ilişkiler ve medya ilişkileri desteği.
- **Bilgilendirici broşür, afiş, TV filmi ve el duyuruları**
- **PR Aksiyonları**
 - Kampanya sonuçlarının bildirilmesi ve tartışmalar.

Ana Faaliyet Yönleri

Belirlenen Hedef Kitlelere Yönelik Diğer Temel Stratejik Uygulamalar & Eğitim Çalışmaları

Hazırlık

- **Paydaşlarla kampanya katılımı üzerine sözleşmelerin yapılması.**
- **Medya planlaması ve medya sponsorluklarının oluşturulması.**
- **Eğitim içerikleri ve yapılarının geliştirilmesi:**
 - Eğitim ihtiyaç analizinin çıkarılması ve eğitimcilerin belirlenmesi.
- **Kampanya ve eğitim materyallerinin hazırlanması**
 - Yaratıcı ekibin oluşturulması
 - Web siteleri
 - Basılı işler
- **Halkla ilişkiler içerikleri ve planlarının hazırlanması**
 - Farklı hedef kitle ve mecralara yönelik farklılaştırılmış içerikler
 - İlgili içeriklerin kampanya takvimine uygun bir şekilde servisi için mecra planlaması

Genç Öğrenciler Eğitim Kampanyası

- Lisede öğrenim gören, özellikle ehliyet almaya yaklaşmış ikinci ve üçüncü sınıf öğrencilerine ulaşmak;
- Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:
 - "Aşırı hız ölümcül risk yaratır"
 - "Emniyet kemeri kullanımı nasıl yaşamı kurtarır".
 - "Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün".
 - "İlk yardım bilgisi hayatı kurtarır".
 - "Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir".
- Etkinlikler:
 - Milli Eğitim Gençlik ve Spor 'dan sorumlu merci desteği, **Kıbrıs Türk Ortaöğretim Öğretmenleri Sendikası'nın** işbirliğiyle; Lefkoşa, Girne, Mağusa, Güzelyurt, İskele ve Gönelyeli kazalarının eğitimcilerine eğitim vermek. Bunun için sürdürülebilirliği de sağlayacak, eğitim materyali üretmek...
 - Lise öğrencilerine uygun medya mecralarından mesaj vermek. Örneğin; BRT'de "Liseler Yaşanıyor" programı için içerik üretmek.
 - Öğrencilerin sosyal medya aracılığıyla "Söz Veriyorum" kampanyasına katılımını sağlamak...
 - Hazırlanan kampanya malzemelerinin liselerde de dağıtılmasını sağlamak.

Genç Sürücüler Eğitim Kampanyası

- Ehliyet alma yaşındaki, üniversitede öğrenim gören ya da mezun olup toplumsal yaşama katılan genç sürücülere ulaşmak;
- Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:
 - "Aşırı hız ölümcül risk yaratır"
 - "Emniyet kemeri kullanımı nasıl yaşamı kurtarır".
 - "Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün".
 - "İlk yardım bilgisi hayatı kurtarır".
 - Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir".
- Etkinlikler:
 - Doğu Akdeniz Üniversitesi, Yakındoğu Üniversitesi, Girne Amerikan Üniversitesi, Uluslararası Kıbrıs Üniversitesi, Lefke Avrupa Üniversitesi, Ortadoğu Teknik Üniversitesi ve Atatürk Öğretmen Akademisi ile işbirliği geliştirilmesi.
 - Bu üniversitelerde, üniversitelerin yapısına göre konferans, panel ya da workshoplar düzenlemek.
 - Hazırlanan kampanya malzemelerinin üniversiteler ve gençlerin bulunduğu sivil toplum kuruluşlarıyla, meslek örgütlerinde de dağıtılmasını sağlamak.
 - Üniversitelerdeki çalışma ve eğitimlere medyayı da davet etmek.
 - Genç sürücülerin ilgisini çekecek medya mecralarına ulaşmak, katılım sağlamak, içerik üretmek. Örneğin, "Tuning" programına özel içerik üretmek.
 - Genç sürücülerin de sosyal medya aracılığıyla "Söz Veriyorum" kampanyasına katılımını sağlamak...
 - Sivil toplum örgütlerinde çalışan gençleri gönüllü ekiplerine kazanmak. Sürdürülebilir bir eğitim için özel eğitim çalışmalarına katmak.

Sürücü Kurslarının Katılımı

- Kıbrıs'ın kuzey kesiminde halihazırda 35 sürücü kursu ve yaklaşık 100 eğitimci var. Okulların 15'i Lefkoşa'da yer alıyor.
- Sürücü kursu açmak için, Sürücü Kursları Birliği'ne üye olma şartı var.
- Ehliyet alacak herkes bu kurslardan eğitim almak zorunda.
- Ancak kurs eğitimcilerini eğiten bir kurum yok.
- Eğitimler her kursun kendi özel, küçük kitapçığıyla veriliyor ve çok yetersiz.
- Sürücü kursları tüm sürücü adaylarını trafikte hazırlayan temel nokta olduğu için, eğitim ve iletişim kampanyasında önemli yer tutuyor.
- Sürücü Okulu Eğitimcilerine Yönelik Temel Etkinlikler:
 - Sürüş güvenliğine ilişkin benzetimli eğitimler verilmesi.
 - Tüm kurslarda kullanılmak üzere ve sürdürülebilir bir eğitim için, bir sürüş güvenliği eğitim kiti hazırlanmasına katkı sağlanması.
 - Birlik üyelerine konferans, panel ya da workshoplar düzenlenmesi.
 - Hazırlanan kampanya malzemelerinin tüm sürücü okullarına dağıtılmasını sağlamak.
 - Sürücü okullarıyla yapılacak çalışma ve eğitimlere medyayı da davet etmek.
 - Okulların "Söz Veriyorum" kampanyasına destekçi olarak katılımlarını sağlamak.

Profesyonel Sürücülere Ulaşmak

- Profesyonel sürücüler trafikte geçirdikleri zaman ve kaza oranları nedeniyle en önemli hedef kitlelerden birini oluşturuyor;
- Verilecek temel mesajlar / eğitim konuları:
 - "Aşırı hız ölümcül risk yaratır"
 - "Emniyet kemeri kullanımı nasıl yaşamı kurtarır".
 - "Trafikte saygı gösterirsen, saygı görürsün".
 - "İlk yardım bilgisi hayatı kurtarır".
 - "Sürüş sırasında telefonla konuşmak, önemli bir kaza nedenidir".
- Etkinlikler:
 - Araç filolarına sahip kurumların ve taksit duraklarının sürücülerine yönelik kurumsal eğitimler düzenlenmesi . Kurumların bu doğrultuda angaje olması
 - En kaliteli profesyonel sürücü yarışması
 - Profesyonel sürücülere özel sticker ve bilgilendirici broşürler
 - "Söz veriyorum" sitesinde özel bölüm ve özel hediyeler

Diğer Stratejik ve Taktik Meseleler

İletişim Özellikleri

- Genç hedef kitleye yönelik etkinlik ve eğitimler sıkıcılıktan uzak olacak.
- Teorik olandan ziyade, pratiğe yönelik etkinliklere öncelik verilecek. (Skid carla ya da benzetim araçlarıyla güvenli sürüş teknikleri eğitimi gibi...)
- İletişim dili ders vermek yerine, doğru davranış biçimlerini kendiliğinden bulduracak biçimde kurgulanacak.
- Negatif mesajlardan uzak durulacak.

Gönüllülerin Katılımı

Kampanyaya gönüllülerin katılımını sağlamak, sorunun toplumda daha yaygın biçimde anlaşılması, kampanyanın yaygınlaştırılması açısından önem taşıyor.

Sorunu derin ve yakıcı biçimde yaşayan / duymasayan potansiyel gönüllüler, halihazırda gerek sosyal medya mecralarında, gerekse fiili olarak sokaklarda ve çeşitli zamanlarda bu duyarlılıklarını yansıtıyor. Bazen sokak eylemleri yapıyorlar, bazen de yitirdikleri yakınları için facebook'ta anma sayfaları açıyorlar.

- Düzenlediğimiz başlangıç toplantısına katılan paydaşlar arasında da yol güvenliği kampanyalarında aktif biçimde yer almak isteyenlerin sayısının azımsanmayacak kadar yüksek olması da, gönüllü katılımını sağlamada sıkıntı yaşanmayacağını gösteriyor.
- Potansiyel gönüllülerin; sivil toplum örgütü temsilcilerinden, medya mensuplarına, kamu görevlilerinden öğrencilere uzanan geniş bir yelpazeyi oluşturacağını öngörüyoruz.
- Gönüllülerin kampanyaya ve diğer eğitim etkinliklerine aktif katılımlarını sağlamak için izlenecek yollar şunlar:
 - Bire bir iletişim, aylık düzenli değerlendirme toplantıları.
 - Sosyal medya mecralarında (özellikle facebook ve kurulacak mail zincirinde) bilgi paylaşımı, görüş alışverişi.
 - Kampanya ve eğitimlere ilişkin düzenli biçimde hazırlanacak bültenlerin iletilmesi.

Kitlesel Medya ile İlişkiler

Trafik kazaları medya gündeminde önemli bir yer buluyor. Ancak kaza haberleri çoğunlukla olgulardan ve nedenlerden çok, sonuçlara odaklanıyor. Bu tür bir habercilik, büyük olasılıkla toplumda acıma ve üzüntü hissi yararak dışında bir sonuç oluşturmaya çalışıyor. Oysa medya, konunun taraflarına kaza nedenlerini tartışmalı, alınabilecek bireysel ve kamusal önlemleri sorgulayarak uyarıcı bir habercilik yapmalıdır.

Medyanın bu tavırında; kamusal aktörlerin yeterli bilgi vermemesi, olay yerine giden gazetecilerin yetersiz deneyim ve bilgileri, bölüm editörlerinin yönlendirme eksikliği, gibi etkenler rol oynamaktadır. Bu eksikliği gidermek için şu adımlar atılmalıdır:

- Uzman muhabirler yetistirmek için gazeteci eğitimleri. (Yol güvenliğine ilişkin temel kavramları öğrenmelerini sağlamak. Bu konuda görüş alabilecekleri haber kaynaklarını nasıl ulaşacaklarını öğretmek. Yazılı kaynaklara ulaşmanın yollarını anlatmak... Bu konuda soru sorma tekniklerini aktarmak.)

- Yol güvenliği sorununun nedenleriyle, bu soruna yönelik çözüm önerilerinin paylaşılması, kamu otoritesi ve sivil toplum temsilcileriyle, editör ve yazarlara yönelik basın buluşmaları gerçekleştirmek.

- Gazete ve TV'lere düzenli olarak özel haber konuları üretmek. (Örneğin, yağışlı havada sürüş güvenliği için neler yapılmalı, hızı bağlı olarak durma mesafeleri ve kaza arasındaki ilişkinin anlatılması v.b.)

- Gazetecilerin teorik konuları yaşayarak öğrenebilecekleri etkinlikler gerçekleştirmek. (Örneğin, bir sürüş deneyimi yaşatarak, hız ve durma mesafesi arasındaki ilişkiyi anlamalarını sağlamak.)

- Düzenli basın bültenleriyle konuya olan ilgilerini canlı tutmak.

Paydaşlarla İlişkiler

- Paydaşlar haritamızın en üstünde **Trafik ve Ulaştırma Hizmetleri Komisyonu, Trafik Eğitim ve Kampanyalar Komitesi ile Yönlendirme Komitesi (Steering Committee)** yer almaktadır.
- Yol güvenliği için uzun yıllardır çalışan ve ToR'a göre de ana yararlanıcı konumundaki Trafik Kazalarını Önleme Derneği (TKOD), iletişim kampanyasının ana paydaşları arasında yer almaktadır.
- Kampanyamız Yönlendirme Komitesi'ne başkanlık eden **Bayındırlık ve Ulaştırma'dan sorumlu kurum'un** önderliğinde gerçekleştirilecektir.
- Kampanya sırasında TKOD dışındaki sivil toplum örgütleriyle de etkin bir iletişim gerçekleştirilecektir. Bunlar arasında yer alan kuruluşlar STK'lar Paydaşlar Listesi'nde belirtilmiştir.
- Söz konusu paydaşlar arasında bazı çelişkiler, uzlaşmazlık boyutuna yükselen tartışmalar mevcuttur. İletişim kampanyası sırasında bu farklılıklara rağmen, bir arada olabime, birlikte iş üretebime olanakları araştırılacaktır.
- Sivil toplum örgütlerinin mesajları yaymadaki etkinliği nedeniyle karar alma süreçlerinde yer almasını önemlidir.

Medya İletişimi

Ana Medya Araçları ve Alanları

Medya Atmosferi

- Kıbrıs'ın kuzey kesiminde nüfusuyla oranlandığında oldukça çeşitlilik içeren, sayısal olarak da yüksek medya organlarına sahip. Halen 6 lokal haber ajansı bulunuyor, 13 günlük gazete yayınlanıyor ve 11 televizyon kanalı ile 22 radyo istasyonu yayın yapıyor.
- Medya kuruluşları yol güvenliği sorununa ilgi gösteriyor ama nedenlerden çok sonuçlara odaklı ve olguları yansıtan bir gazetecilik yaklaşımının eksikliği hissediliyor. Bunun başlıca nedenlerinden biri yol güvenliği konusunda uzmanlaşmış gazeteci eksikliği, diğeri ise aynı bağlamda editör desteğindeki yetersizlik.
- Yazılı ve görüntülü basının beraberinde bir başka önemli mecra ise sosyal medya. Yol güvenliğinde en önemli hedef kitleler arasında yer alan gençlerin bu medyayı kullanım oranı epey yüksek. Özellikle facebook çok yaygın bir iletişim aracı olarak kullanılıyor. (Kıbrıs'ta toplam 266 bin facebook kullanıcısı var ama bunun ne kadarı Kuzey'den, ne kadarı Güney'den bilinmiyor).
 - Örneğin, facebook'taki "North Cyprus" sayfasının 5 bine yakın fun'ı bulunuyor. Near East University ise 2048 fun'a sahip.

Medya Aksiyonları

- Başlangıç Basın Konferansı (Ekim'de)
- Basın Bültenleri (Yaklaşık her ay)
- Köşeyazarları ile özel toplantılar (Ekim'de)
- Özel Haberler (Ekim'den Aralık'a kadar)
- Televizyon Röportajlar (Ekim'den Aralık'a kadar)
- Editöre Mektuplar (Temmuz'dan Aralık'a kadar)
- Özel Organizasyonlar (Konferanslar vs.)
- Final Basın Toplantıları (Aralık ve Ocak'ta)
- 8-10 katılımcılı yol güvenliği çerçevesinde gazeteci eğitimi... (Trafik Kazalarını Önleme Derneği'nin işbirliğiyle).

Sosyal Medya İlişkileri Araçları

Yaratma ve Besleme;

- Kampanya websitesi
- Facebook Kampanya Funpage
- Twitter Kampanya Hesabı
- Flickr Kampanya Hesabı
- Youtube Kampanya Hesabı
- Google Optimizasyonu

İlişkiler kurulması;

- İnternet Medyası
- Blog'lar
- Ve diğer websiteleri...

Haber ajansları

Yerel

- Türk Ajansı Kıbrıs (TAK)
- Akdeniz Haber Ajansı (AHA)
- Lefkoşa Haber Ajansı (LHA)
- Uludağ Haber Ajansı (UHA)
- Arca Haber Ajansı
- Mağusa Haber Ajansı

Uluslararası

- Anadolu Ajansı (AA)
- Türkiye Radyo Televizyon Kurumu (TRT)
- International Affairs Agency (INAF)

Günlük Gazeteler

- Kıbrıs
- Havadis
- Yenidüzen
- Ortam
- Güneş
- Halkın Sesi
- Kıbrıslı
- Sözcü
- Volkan
- Vatan
- Afrika
- Demokrat Bakış
- Star Kıbrıs

Televizyon Kanalları

- Bayrak Radyo Televizyonu (BRT)
- Genç TV
- Akdeniz TV
- Sim TV
- Kanal T
- Kıbrıs TV
- Avrasya TV (ART)
- AS TV
- Ada TV
- GAU TV
- DAU TV

Radyo İstasyonları

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> • Bayrak FM • Radio 1 • Radyo Klasik • AKDENİZ FM • FIRST FM • SIM FM • KIBRIS FM • RADYO VATAN • GÜNEŞ FM • DANCE FM • AS FM | <ul style="list-style-type: none"> • COOL FM • ULUSLARARASI KIBRIS ÜNİVERSİTESİ FM • YDÜ FM • RADYO DAÜ • GAÜ FM • LAÜ FM • KUZEY FM • Radyo T • RADYO GÜVEN • AÇIK RADYO • AVRASYA FM |
|---|---|

Sosyal Medya Kanalları

- **Facebook:** Kampanya için özel hazırlanacak sayfada eğitim ve kampanya duyuruları yer alacak. Hazırlanacak filmlere ve diğer materyallere de buradan ulaşılacaktır.
- **Twitter:** Oluşturulacak kampanya hesabından düzenli olarak bilgilendirmede bulunulacak.
- **Flickr:** Kampanya görselleri özel olarak açılacak flickr sayfasında izlenebilecek.
- **Youtube / Vimeo:** Kampanya ve eğitim filmleri bu portallarda barındırılacak.
- **WEB Portalları**
- **Haber Portalları**

Organizasyon Yönetimi

- Konferanslar
- Toplantılar
- Çeşitli araçlarla sürüş deneyimi yaşatmayı sağlayacak etkinlikler (kayganlık testleri ya da sürüş programları gibi...)